

**Культурно-образовательный ресурс вуза  
в формировании бренда провинциального города**

Современные провинциальные города России нуждаются в стратегическом развитии. В этом убеждены многие теоретики и практики городских исследований, муниципалитеты, городские обыватели. Понимание задач городского развития, методов и целенаправленной стратегии достижения цели формируется на нескольких уровнях: федеральном и региональном. Четкость, взаимосвязь между уровнями по вопросам социально-экономического характера должна быть обусловлена маркетингом, брендингом территории. «Маркетинг города – это комплекс действий городского сообщества, направленных на выявление и продвижение своих интересов для выполнения конкретных целей и задач социально-экономического развития города. В широком смысле это продвижение интересов города» [1: 31].

Д. Визгалов замечает, что к городским интересам можно отнести сохранение и увеличение социально-экономического потенциала города; расширение спектра социальных ролей города, а также ценового и профессионального ассортимента рабочих мест; развитие социальной инфраструктуры города; повышение качества городской среды; улучшение социального климата в городе, в том числе повышение уровня безопасности и толерантности; расширение спектра возможностей для творческой самореализации горожан; улучшение экологических параметров города [1: 31].

Многие задачи становятся особо актуальными в большинстве городов России, так как продолжается процесс глубокой депопуляции населения страны. Демографический кризис, нехватка профессиональных кадров подрывают все перспективные планы развития городов. Поэтому необходимо формировать факторы совершенствования городской среды, компоненты городского имиджа, привлекательную городскую идентичность каждого города, то есть городской бренд. Успех брендинга городов во многом определяют культурно-образовательные ресурсы среды. Система высших учебных заведений в этом играет особую роль как генератор важных жизненных процессов города.

Если проанализировать типологию современной городской провинции, то можно остановиться на трех вариантах городов.

Малые исторические города, где градообразующими сферами являются непромышленные отрасли, сельское и лесное хозяйства. В них существует

меньший удельный вес трудоспособного населения. Это связано с несколько большей долей людей пенсионного возраста (в связи с миграцией людей трудоспособного возраста) [2: 71]. Слабые темпы развития города объяснимы недостатками городской инфраструктуры: нет крупных промышленных предприятий, нет альтернативы сфер приложения труда, имеются недостатки городской планировки и застройки, наличествует неблагоустроенность, однородность, кризис образования («оптимизация» школьной системы, отсутствие вузов). Но ощущения «замкнутого» круга неурядиц все же не возникает. Горожане стараются реализовать свои потребности через предложенные государством сферы услуг и сервиса, а также пытаются самостоятельно решить проблемы недостатка социокультурного выражения. Многие малые города в наши дни имеют собственные СМИ (газеты, журналы, теле- и радиостудии, каналы), общественные организации, муниципальные и частные образовательные учреждения.

Частный сектор провинции – ярчайшее проявление её феноменальности. Жесткого ориентира в развитии экономики и культуры в таких городах нет, в отличие от монопрофильных. Этим объясняется контрастность культурных проявлений социального пространства малого города, хотя она значительно беднее, чем в крупных многопрофильных городах. Качество жизни невысокое, но отличается стабильностью. Одной из глубинных причин низкого уровня жизни является отсутствие высших учебных заведений, безвозвратно привлекающих прогрессивную молодежь региона туда, где вузы есть. Ежегодно большая часть выпускников школ уезжают, покинув родной город навсегда. Естественная убыль населения малых провинциальных городов сопровождается стабильными миграциями трудоспособного населения в более развитые районы.

Другим типом провинциальных городов можно назвать монопрофильные города. М. В. Корчинская рассмотрела текущие проблемы жизнеустройства таких городов [3: 17]. Отмечены направления городской жизни, связанные с удовлетворением витальных (базовых) потребностей горожан: противоречивое материально-экономическое благосостояние, забота о защите семьи от криминальных проявлений общественной жизни, проблемы экологии, функционирование социальной инфраструктуры, рост цен, резкое расслоение общества, несправедливое распределение доходов и так далее. Очевидно, что данный круг проблем свойственен не только моногородам, но и абсолютно всем типам городских поселений. Добавим к перечню отрицательных тенденций трудности производственной деятельности, такие как кризис в экономике, спад производства, коррупция, взяточничество, рост безработицы, наркомании и алкоголизма. Падение уровня жизни, ухудшение здоровья жителей дополняются общественно-политическим кризисом монопрофильной провинции, выраженным в социальной незащищенности горожан [3: 17]. Приведённые примеры «социальных болезней» необходимо устранять путем гуманизации, то есть стабилизацией

социальной ситуации и возрождением духовных ценностей. В данном случае локусом стабильной, прогрессивной перспективы являются вузы, существующие в большинстве моногородов. Вуз компенсирует решение кадровых проблем, формирует культурную политику города, уравнивает миграционные процессы, гарантирует некоторые социальные приоритеты, т. е. так или иначе формирует бренд монопрофильного города. Однако успех такого брендинга зависит от того, насколько градообразующее предприятие и вуз будут поддерживать друг друга, отвечая на запросы общества.

Города, развивающиеся на основе нескольких градообразующих предприятий (многофункциональные города), составляют третий вид провинциальных центров. Особенностью социокультурного развития таких городов является большая численность населения, контрастность потребностей, взглядов, уровней жизни горожан. Формирование полифункциональных городов происходило в условиях тоталитаризма. Наследием прошлой политической системы в городах остаются усиленные механизмы ведомственной концентрации и централизации. Современный промышленный город переходит в статус самоорганизующейся и самообеспечивающейся системы. Динамичные и перспективные социокультурные характеристики он приобретает за счёт мобилизации новых источников социальной энергии. Вузы – одни из таких источников. Действительно, диалог разнообразных культур и культурных сред обогащает развитие города, его уровень жизни. В городах появились и строятся новые объекты культуры и отдыха, развиваются информационные и научные центры, спорт-комплексы. Растёт востребованность образования. В городах расширяется сеть образовательных услуг разного уровня, в том числе увеличивается количество вузов, столичных и региональных филиалов. Выгодное вложение инвестиций местных предприятий в заботу о горожанах сполна возвращается пополненной энергией трудящихся.

Современные полифункциональные города превратились из «ресурсных объектов» в центры развития социокультурной инфраструктуры. А. Д. Ткаченко отмечает, что учебные заведения и особенно технические вузы совместно с промышленными предприятиями образуют систему, элементы которой обречены взаимодействовать и без их согласия. Естественно предположить, что это взаимодействие будет эффективнее, если им управлять. Совместная деятельность вузов и промышленных предприятий возможна по ряду направлений. Повышение качества учебного процесса, специализация выпускников вуза по заказу предприятия, научно-исследовательская работа, опытно-конструкторская работа формируют специфику городского развития с учетом текущих проблем. «Городу, в котором есть промышленные предприятия, осваивающие и внедряющие новые технологии в производство, необходим современный, динамично развивающийся вуз. Отсутствие возможности готовить специалистов

непосредственно в городе приведет к оттоку талантливой молодежи из города и, соответственно, к замедлению развития промышленности, снижению уровня культуры. Для успешного и динамичного развития вуза, выпускающих кафедр в них должны быть заинтересованы население города и региона, предприятия, администрация города. Если каждая сторона будет оказывать посильную и целенаправленную поддержку развитию вуза, кафедр и конкретной специальности, то, безусловно, региональный рынок труда будет получать квалифицированных специалистов, предприятия получают шанс развивать свои технические службы, осваивать новые технологии, выпускать более качественную и конкурентоспособную продукцию. Интерес города: повышение культуры населения города, закрепление в городе молодежи, способной учиться и заниматься творческой работой, динамичное развитие экономики, повышение благосостояния населения» [5]. Вуз должен формировать программу своего развития с учетом городских потребностей, социально-экономических перспектив эволюции городской среды. Для успешного взаимодействия структуры город–вуз необходима качественная визуализация рекламными коммуникациями всех потенциальных возможностей этой системы.

Таким образом, культурно-образовательный потенциал развития любого провинциального города, раскрывающийся с учетом влияния системы высших учебных заведений, определяет инвестиционную привлекательность города, маркетинговую стратегию городских властей и бренд территории.

### Примечания

1. Визгалов Д. Брендинг города. М.: Институт экономики города, 2011. 160 с.
2. Занятость в небольших городах: экономико-демографический аспект / Под ред. А. Э. Котляра. М.: Статистика, 1978. 208 с.
3. Корчинская М. В. Социальное пространство монопрофильного города Европейского Севера: проблема гуманизации: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. Архангельск, 2003. 21 с.
4. Ляпоров В. Н. Формирование бренд-политики в современной России: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Москва, 2008. 26 с.
5. Ткаченко А. Д. ВУЗ, кафедра, город, предприятие // Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс]. URL: [http://market.v-it.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=28&Itemid=5](http://market.v-it.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=28&Itemid=5)